



MEDIATIEDOTE
25.5.2018

Fazer Sirkkaleipä toi Suomeen kultaa maailman suurimmasta viestinnän kilpailusta

Fazer Sirkkaleivän ympärille rakennettu viestintäkokonaisuus toi ykkössijan kansainvälisessä SABRE Awards -kilpailussa. Voitto ratkesi 23.5.2018 Amsterdamissa käydyssä finaalissa. Näkyvyys maailmalla teki tunnetuksi paitsi Fazeria, myös suomalaista elintarviketeollisuutta kestävämpien ruokaratkaisujen edelläkävijänä.

Fazer Sirkkaleipä lennähti maailmankartalle ennätysvauhdilla

Fazer Sirkkaleipä lennähti voittoon kansainvälisessä SABRE Awards-viestintäkilpailussa, sarjassa ruoka ja juoma. Tänä vuonna arvostettuun viestinnän kilpailuun osallistui yli 2 500 työtä ympäri maailmaa. Jo lanseerausvaiheessa Fazer Sirkkaleipä sai osakseen ennennäkemättömän kotimaisen ja ulkomaisen mediahuomion, ja siitä uutisoitiin kaikilla mantereilla Etelämannerta lukuun ottamatta.

Kansainvälinen tunnustus rakentaa edelläkävijyyttä

Fazer toi maailman ensimmäisenä hyönteisleivän kaappoihin marraskuussa 2017.

”Tavoitteenamme oli rakentaa viestintäkokonaisuus, joka kasvattaa Fazer Leipomoiden mainetta innovatiivisena ja ketteränä ruokatalona. Idea hyönteisruuasta, erilaiset viestinnälliset sisällöt ja tiimimme palo synnyttivät lumipalloefektin, joka rikkoi kaikki aiemmat julkisuusennätyksemme”, iloitsee **Leena Majamäki**, Fazer-konsernin viestintäjohtaja. ”SABRE Awards -voitto on kunnianosoitus Fazer Sirkkaleipää ja ruokavallankumousta rakentaneelle tiimillemme. Se tekee tunnetuksi myös Suomea ja suomalaista elintarviketeollisuutta kestävämpien ruokaratkaisujen edelläkävijänä”, hän jatkaa.

Fazer Sirkkaleipä saavutti kuukaudessa 72 % tunnettuuden kuluttajien keskuudessa Suomessa.* Lanseeraus noteerattiin laajalti maailman medioissa, ja muun muassa lanseerauksen kansainvälinen mediatavoittavuus ylsi peräti 13,7 miljardiin.**

Kuluttajat arvostavat käsin leivottua leipää



Fazer Sirkkaleipä on herkullinen ja ravinteikas artesaanileipä, joka leivotaan alusta astin käsin Fazerin oman myllyn jauhoista ruokakaupoissa sijaitsevilla myymäläleipomoissa. Yhdessä Sirkkaleivässä on 70 kotisirkkaa. Sirkkaleipä on hyvä proteiinin lähde.

Fazer Leipomot haluaa nostaa leivän arvostusta ja hakee myös jatkossa kasvua käsin leivottavista artesaanileivistä. Tällä hetkellä Fazer myymäläleipomoita on ympäri Suomea 52 kappaletta, ja niiden määrä on vahvassa kasvussa.

*Lähde: Fazer Sirkkaleipä-tutkimus, Rednote 12/2017

**Lähde: Meedius International, joulukuu 2017

Lisätietoja:

Viestintäpäällikkö Taina Lampela-Helin, Fazer-konserni, taina.lampela-helin@fazer.com , puh.+ 358 40 668 4600

Fazerin mediapuhelin palvelee arkisin klo 8.00–16.00 puh. 040 668 2998

#sirkkaleipä #ruokaajollaonmerkitys #ratkaisujaruuasta #sabreawards2018

Painokelpoiset kuvat: www.fazergroup.com/pictures (Media_Press -> Fazer Sirkkaleipä)

SABRE Awards on viestintäalan suurin ja merkittävin kilpailu, joka järjestetään kaikilla mantereilla. Fazer Sirkkaleipä palkittiin kilpailun EMEA - Eurooppa, Lähi-itä ja Afrikka -alueen voittajana sarjassa ruoka ja juoma keskiviikkona 23.5.2018 Amsterdamissa käydyssä finaalissa.

Fazer-konserni

Fazer on kansainvälinen perheyryitys, joka tarjoaa leipomo-, makeis- ja keksi- ja viljatuotteita, kasvipohjaisia aterioita, maidottomia tuotteita, mukaan otettavaa ruokaa ja juomia sekä ruokailu- ja kahvilapalveluita. Fazerin missiona on Ruokaa, jolla on merkitys. Fazerilla on toimintaa kahdeksassa maassa ja vientiä noin 40 maahan. Fazerin menestys on sen perustamisesta lähtien vuonna 1891 perustunut parhaaseen tuotteiden ja palvelun laatuun, rakastettuihin brändeihin, osaaviin ihmisiin ja vastuulliseen toimintatapaan. Fazer-konsernin liikevaihto vuonna 2017 oli 1,6 miljardia euroa ja yrityksessä työskentelee lähes 15 000 henkeä. Fazer noudattaa liiketoiminnassaan eettisiä periaatteita, jotka pohjautuvat yrityksen arvoihin ja YK Global Compactin periaatteisiin.

Kun haluatte hyvää